**CALCIO, TELPRESS: È L’ARGOMENTO DOMINANTE SU WEB E SOCIAL NETWORK**

**oppure**

**CALCIO TELPRESS: PER ITALIANI PRIMO ARGOMENTO DISCUSSIONE ONLINE**

L’analisi condotta in occasione del Social Football Summit di Roma

Il calcio è il primo argomento di discussione online ma anche il più presente sui media. Nel giorno medio si registrano circa 500 articoli tra quotidiani e periodici, oltre 2000 sulle testate online e tra i 400 e i 500 lanci di agenzie di stampa a cui si aggiungono circa 250 servizi radio e tv tra nazionale e locale. Un vero record che supera qualsiasi altro tema, dalla cronaca nera alla politica, alla guerra, fino all’economia e la cultura. Solo nella giornata di ieri 21 novembre, ad esempio, sono stati pubblicati ben 593 articoli sulla carta stampata, 2240 su testate online, 520 lanci di agenzie di stampa e 180 servizi radiotelevisivi. Ma sono i social network la piazza dove si parla di più del calcio: le partite, innanzitutto, i risultati, i goal, i giocatori, le scelte degli allenatori, le decisioni arbitrali, il Var, senza contare i contenuti legati alle scommesse, che sono in ascesa. Un turbinio continuo di notizie, commenti, approfondimenti e focus che danno. Conversazioni fatte di brevi testi, hashtag, immagini ma anche di foto, video, meme, emoticon. Le keyword più ricorrenti sono i nomi delle squadre della Seria A, i calciatori protagonisti dell’ultima partita, i risultati. E poi ci sono le competizioni europee e le nazionali. Sul rapporto tra calcio e social network anche quest’anno ha acceso i riflettori il Social Football Summit, evento tutto dedicato alla presenza online dei club calcistici che si chiude oggi allo Stadio Olimpico. Nell’area hospitality dello Stadio si sono confrontati alcuni tra i più noti manager del calcio davanti a un pubblico di professionisti, manager, studenti. Tra tutti, nelle conversazioni social, spicca il nome di Luigi Di Siervo, AD della Serie A.

Nel periodo tra il 22 ottobre e il 21 novembre sono state rilevate oltre 103.000 mentions significative che sono prevalentemente articoli di testate online e dei loro profili social, ma il calcio è un argomento rilevante, il più rilevante, sui principali social network soprattutto per il genere maschile (88%). In ascesa l’interesse delle donne anche grazie al calcio femminile, sempre più diffuso. Nei 30 giorni in esame sono state rilevate oltre 60 milioni di interazioni dirette producendo un reach di quasi 1 miliardo di visualizzazioni. Tra i social dominano Facebook (45%), Tik Tok (27%) in forte ascesa ma anche Twitter (18%) utilizzato soprattutto durante le partite che genera il fenomeno del second screen, cioè il commento delle partite con hashtag definiti.

Sono alcuni dati dell’Osservatorio sui media e la comunicazione di Telpress Italia, partner dell’evento, basati sul monitoraggio dei media, del web e delle conversazioni sui principali social network (Facebook, X, Instagram, TikTok e YouTube) realizzata per il Social Football Summit che si chiude oggi a Roma.

I dati raccolti con la piattaforma MediaScope™ che consente la rilevazione in tempo reale e la relativa analisi dei dati delle conversazioni del web e dei social network su keyword definite sono stati elaborati dal team di giornalisti, esperti e analisti di Telpress ed evidenziano quanto gli italiani tengano al calcio.

Tra i top influencer sui social la regina è Sky che dedica quotidianamente ampio spazio al calcio. Tiene il passo la Rai con il canale RaiNews, Seguono AdnKronos, Ansa e Italpress, l’agenzia di stampa da sempre in prima linea sullo sport e il calcio.

“Il monitoraggio web e social è diventato strategico per le società sportive perché serve a capire come si parla online del proprio club. È sul web e i social che si sta giocando la partita più importante nel business del calcio che non è solo la partita di campionato ma riguarda in modo trasversale tanti aspetti della vita quotidiana come attestato dalla grande partecipazione di professionisti del settore al Social Football Summit”, afferma Margherita D’Innella Capano, general manager di Telpress Italia.